

вати на подальший розвиток країни.

- 1.Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV-XVIII вв. Т.3. Время мира. – М.: Прогресс,1992. – 820 с.
- 2.Ван дер Вее Г. История мировой экономики 1945-1990 гг. – М.: Наука, 1994. – 204 с.
- 3.Масловська Л. Наукові основи формування національної стратегії сталого розвитку України // Економіка України. – 2003. – № 3. – С.75-79 .
- 4.Мэнкью Н. Грегори. Макроэкономика. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1994. – 375 с.
- 5.Ревчун Б. «Економічне зростання» чи «економічний розвиток» // Економіка України. – 2003. – № 6. – С.85-87.
- 6.Чистилін Д. До питання стратегії економічного зростання України // Економіка України. – 2003. – № 1. – С.52-59.

Отримано 21.04.2004

УДК 338.242.2

Т.П.РЕШЕТНИКОВА, канд. экон. наук
Факультет предпринимательства ГАЖКХ, г.Донецк

КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

Предлагается апробированная концепция управления конкурентоспособностью предприятия, включающая аналитические методы оценки, анализа и прогнозирования конкурентоспособности, а также методы, составляющие организационно-экономический механизм поддержки управления.

Развитие экономики Украины свидетельствует о том, что реформы, направленные на поддержку отечественных предприятий в рыночных условиях, не всегда достигали ожидаемых результатов. Это подтверждается неустойчивостью основных показателей производственно-хозяйственной деятельности и чрезвычайно низким уровнем устойчивости предприятий на внутренних и внешних рынках [1]. Одна из основных причин такого состояния отечественной экономики состоит в том, что процессы управления на большинстве из них продолжают основываться на принципах, характерных для административно-командной экономики [2].

Вместе с тем, развитие рыночных отношений диктует необходимость использования опыта стран с развитой экономикой, который свидетельствует о том, что главной концепцией управления предприятием является маркетинг. В условиях конкурентной борьбы маркетинговое исследование позволяет выявить сильные и слабые стороны хозяйственной деятельности и обеспечить высокий уровень подготовки управленческих решений, направленных на повышение устойчивости предприятия в конкурентной среде. Высокий уровень устойчивости предприятия определяет результативность реализации текущих

заданий и долгосрочных программ развития и требует принципиально новых подходов к управлению конкурентоспособностью предприятия с целью ее повышения.

Низкий уровень конкурентоспособности отечественных предприятий порождает в конечном итоге проблему экономической безопасности Украины в целом. Поэтому в настоящее время своевременным и необходимым является поиск путей дальнейшего совершенствования методов управления конкурентоспособностью предприятия с целью укрепления его рыночных позиций [1-5].

Анализ методов управления конкурентоспособностью предприятий показал [4, 6-8], что на сегодняшний день, как в Украине, так и за рубежом не разработаны: единое понятие конкурентоспособности; единая номенклатура ее показателей; методы их объединения в один интегральный показатель, что в конечном итоге создает проблемы управления ею. Кроме того, установлен факт широкого применения экспертных методов измерения конкурентоспособности, использование которых, как известно, снижает качество управления. Тем не менее, применение экспертного подхода при оценке конкурентоспособности в подавляющем числе случаев оправдано и объясняется тем обстоятельством, что данная задача является многопараметрической, в которой большинство параметров качественные. Таким образом, можно констатировать, что к настоящему времени в Украине отсутствует единая методика управления конкурентоспособностью предприятия, необходимость в которой остро назрела.

В данной работе предлагается концепция управления конкурентоспособностью предприятия, направленная на повышение его рыночных позиций (рис.1). Основные направления концепции состоят в проведении маркетинговых исследований потенциальных возможностей и результатов хозяйственной деятельности субъектов рынка, а также в исследовании требований рынка и степени их удовлетворения субъектами рынка; в проведении количественной оценки, анализа и прогнозирования уровня конкурентоспособности субъектов рынка. Реализация указанных направлений – сложная задача, требующая использования разнообразных аналитических методов исследования конкурентоспособности и системного подхода при осуществлении множества мероприятий, направленных на поддержку управления конкурентоспособностью – технических, технологических, управленческих, организационных и др.

Ее успешное решение возможно на основе разработки организационно-экономического механизма поддержки управления конкурентоспособностью (рис.1), основу которого должны составлять програм-

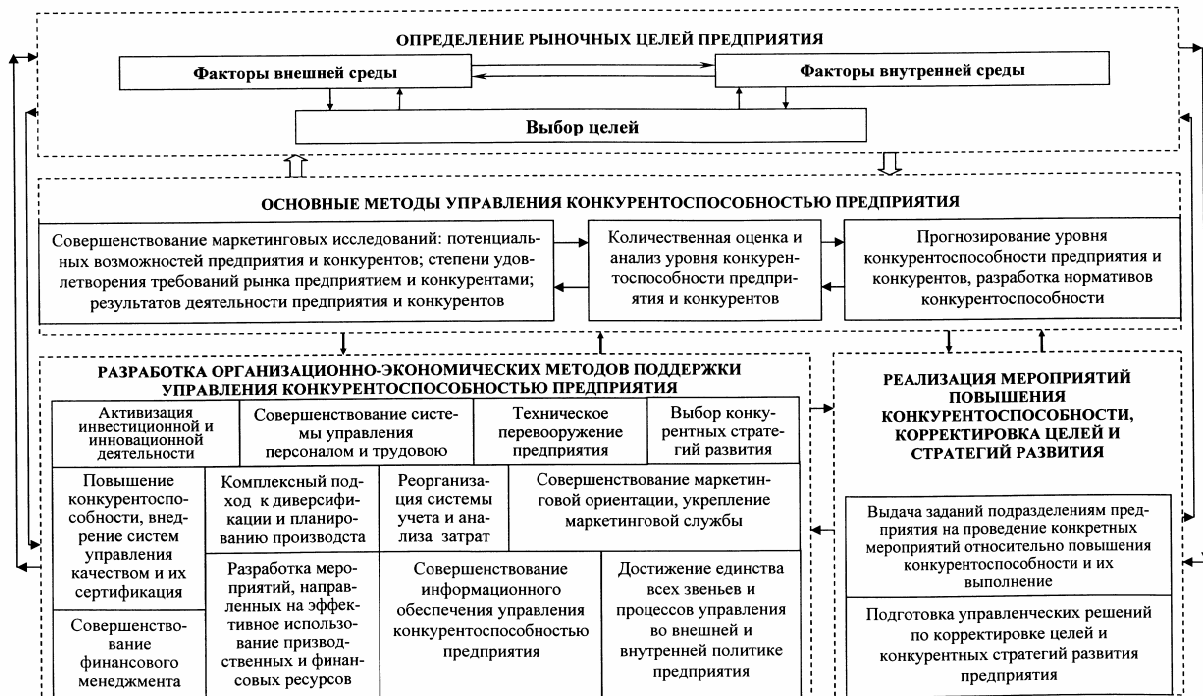


Рис.1 – Концепция управления конкурентоспособностью предприятия

мно-целевые блоки, включающие необходимые организационные, экономические и технико-технологические мероприятия, осуществление которых обязано содействовать принятию эффективных управленческих решений в этой сфере деятельности. Такая структуризация позволяет осуществить целенаправленный поиск путей объединения всех компонентов организационно-экономического обеспечения менеджмента предприятия с целью концентрации управляющего воздействия на факторы, определяющие потенциал предприятия, способный обеспечить повышение его конкурентоспособности и устойчивости в рыночной среде.

Разработка и внедрение моделей и методов количественной оценки, анализа и прогнозирования конкурентоспособности является одним из главных направлений управления конкурентоспособностью, позволяющим провести сравнительный анализ конкурентоспособности субъектов рынка. В авторской работе [9] разработана модель оценки уровня конкурентоспособности предприятия, формулируемая следующим образом: выполнить расчет значений интегральных показателей конкурентоспособности сравниваемых между собой предприятий, с целью их упорядочивания относительно "эталонного" предприятия или предприятия-лидера. Реализация модели состоит из последовательности следующих этапов (рис.2) (методики проведения этапов и необходимых расчетов приведены в авторских работах [9-12]).

В предлагаемой концепции принципиальной задачей является задача определения показателей, характеризующих конкурентоспособность предприятия. Из анализа источников [7, 8] и других следует, что при измерении конкурентоспособности должны учитываться такие факторы как адаптивность предприятия, его конкурентные преимущества и результаты хозяйственной деятельности. По мнению авторов, адаптивность предприятия и его конкурентные преимущества представляют собой потенциальную сторону конкурентоспособности предприятия, которая при определенных обстоятельствах может быть, и не реализована. В то же время именно результаты деятельности предприятия дают непосредственное отражение достижений в области конкурентоспособности и поэтому они должны быть использованы в качестве одной из ее характеристик.

По нашему мнению, такой взгляд на понятие конкурентоспособности предприятия несколько односторонен. В рыночных условиях любое предприятие с помощью потенциальных возможностей должно стремиться, с одной стороны, к улучшению результатов своей деятельности, а с другой – к максимальному удовлетворению требований



Рис.2 – Схема модели оценки уровня конкурентоспособности предприятия

рынка. Поэтому представляется естественным определять конкурентоспособность предприятия следующими факторами: потенциальными возможностями предприятия, степенью удовлетворения требований рынка конкурентоспособной продукцией и результатами хозяйственной деятельности (рис.3). Методика оценки потенциальных возможностей предприятия, степени удовлетворения требований рынка и результатов хозяйственной деятельности предприятия, а также определяющие их факторы приведены в авторской работе [9].



Рис.3 – Факторы, определяющие конкурентоспособность предприятия

В системе управления конкурентоспособностью ее прогнозирование и прогнозирование ее факторов – объективная необходимость. Необходимость учета влияния внешней среды предприятия на уровень его конкурентоспособности обусловила разработку на основе экспертного подхода модели прогнозирования потенциальных возможностей предприятия, учитывающей силу влияния критических событий макро- и микро- уровней внешней среды на стратегический потенциал и конкурентные преимущества предприятия. В конечном итоге прогнозный уровень потенциальных возможностей предприятия определяется согласно методике, представленной в авторской работе [11], а для прогнозирования таких факторов конкурентоспособности как степень

удовлетворения требований рынка и результаты деятельности предлагается использовать адаптивные модели прогнозирования, в частности модель Брауна.

В концепции управленческие решения относительно формирования нормативов конкурентоспособности, реализации конкретных рыночных целей и стратегий развития, проведения организационно-экономических, технических и других мероприятий повышения конкурентоспособности принимаются на основе анализа интегральных, одиночных и групповых показателей конкурентоспособности, а также прогнозных значений конкурентоспособности и ее факторов.

Концепция управления конкурентоспособностью предприятия апробирована в процессе проведения маркетинговых исследований конкурентоспособности наиболее характерных для периода становления рыночных отношений предприятий машиностроительной отрасли, выпускающих горное оборудование, ОАО "Новогорловский машиностроительный завод" (НГМЗ) и ОАО "Донецкгормаш" (ДГМ).

Результаты расчетов фактических и прогнозных величин одиночных, групповых и интегральных показателей конкурентоспособности сравниваемых предприятий позволили сделать вывод о недостаточности достигнутого уровня конкурентоспособности ОАО НГМЗ для завоевания им лидирующих рыночных позиций как ведущего производителя горного оборудования и необходимости разработки и внедрения организационно-экономических мероприятий, направленных на повышение его конкурентоспособности.

В связи с этим в ОАО НГМЗ реализована авторская модель [12] оптимального распределения финансовых ресурсов, выделенных в 2003 г. для этих целей, а также предложены первоочередные организационно-экономические мероприятия повышения конкурентоспособности.

Таким образом, реализация указанных мероприятий и оптимизационной модели в 2004 г. позволила улучшить факторы конкурентоспособности и повысить уровень конкурентоспособности предприятия в целом на 20%, по сравнению с прогнозируемым, что является практическим подтверждением эффективности предложенной концепции управления конкурентоспособностью предприятия.

1.Пирожков С.И., Губский Б.В., Сухоруков А.И., Бурмистров Н.П., Шестопалов Г.Г., Острый А.Г., Иванов В.П. Украина-Россия: проблемы экономического взаимодействия / Под. ред. Пирожкова С.И., Губского Б.В., Сухорукова А.И. – К.: НИУРО, 2000. – 274 с.

2.Ященко Ю.П. Кризові явища в промисловості України в період переходу до ринкових відносин // Економіка промисловості. – 1997. – №1. – С.140-150.

3.Савин В. Конкурентоспособность 180 стран мира в 1999 году // Маркетинг. –

2000. – №3. – С.3-18.

4.Воронкова А.Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация. – Луганск: Изд-во Восточноукраинского нац. ун-та, 2000. – 315 с.

5.Лепа Н.Н., Решетникова Т.П. Направления маркетинговых исследований конкурентоспособности // Экономические проблемы и перспективы стабилизации экономики Украины: Сб. науч. тр. НАН Украины. Т.2. – Донецк, 2000. – С.262-271.

6.Скударь Г.М. Системно-целевой подход к управлению конкурентоспособностью крупного акционерного общества: опыт НКМЗ // Проблемы повышения эффективности функционирования предприятий различных форм собственности. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1999. – С.45-61.

7.Акимова И.М. Промышленный маркетинг. – К.: Знання, КОО, 2000. – 294 с.

8.Фасхиев Х. Маркетинг в автомобилестроении. – М.: Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2001. – 128 с.

9.Лепа Н.Н., Решетникова Т.П. Методика оценки конкурентоспособности предприятия // Економічна кібернетика. – 2001. – №3-4. – С.74-82.

10.Решетникова Т.П. Методы оценки конкурентоспособности предприятия // Вісник Східноукраїнського національного університету. – 2001. – №9. – С.166-173.

11.Лепа Н.Н., Решетникова Т.П. Прогнозирование конкурентного статуса предприятия в условиях воздействия внешних факторов рыночной среды // Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. пр. Вип.143. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2002. – С.15-22.

12.Решетникова Т.П. Модель оптимального распределения финансовых ресурсов выделяемых на повышение конкурентоспособности предприятия // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В.Даля №59(1). – Луганськ: СЛУ, 2003. – С.243-246.

Получено 12.04.2004

УДК 332.1

Н.Ю.ГОЛИЯД

Харьковский государственный экономический университет

АНАЛИЗ ЦИКЛОВ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА

Предлагается использование модели декомпозиции временных рядов для анализа циклов в социально-экономическом развитии региона на примере Харьковского региона.

На современном этапе развития экономики Украины большое значение приобретают эффективные методы и модели анализа социально-экономического состояния отдельного региона, использование которых является составной частью процесса принятия управленческих решений. Это связано в первую очередь с тем, что результаты данных решений, принимаемых на региональном уровне, оказывают влияние не только на жизнедеятельность отдельного региона, но и на экономику всей Украины. Таким образом, задача разработки подобных методов и моделей является актуальной, что подтверждается повышенным интересом к ней современных исследователей [2, 3].